

О. В. Красненко
старший викладач

СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті представлено аналіз поняття корпоративної культури в різні епохи та у різних вчених. Особлива увага зосереджена на визначенні поняття для системи вищої школи. У дослідженні вказано на те, що у формуванні базових засад корпоративної культури в освітній сфері основна увага має зосереджуватися на її моральних чинниках, а етичний кодекс викладача повинен диктувати представникам керівного менеджменту вищого навчального закладу формування своєрідного діалогу з приводу цінностей, норм взаємодії між співробітниками і організацією, принципів справедливості, поваги до гідності людської особистості як основних умов формування внутрішньої корпоративної ідентичності.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна культура, професійна культура, освітній менеджмент, педагогічна культура.

Актуальність дослідження.

У сучасних умовах розвитку українського суспільства на особливу увагу заслуговує проблема взаємозв'язку та взаємозумовленості суспільної моралі та моральності. Надто актуальною вона стає в освітній сфері, адже завдання системи вищої освіти не обмежується лише засвоєнням відповідних професійних знань чи вмінь, а передусім має бути зосереджене на проблемі формування цілісного світогляду сучасної молоді. Реалізація основних засад корпоративної культури у педагогічному колективі вищого навчального закладу на зовнішньому рівні сприяє формуванню його позитивного іміджу, а на внутрішньому — утворює систему моральних цінностей спільноти не лише викладачів, а й студентів, що трансформуються, моральнісні цінності кожної конкретної особистості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Джерельною базою аналізу означеної проблеми стали наукові дослідження фахівців в галузі культурології, психології та педагогіки близького зарубіжжя та вітчизняних вчених, зокрема таких, як Сілін А. М., Богатирьов М. Р., Євтушевський В. О., Хаєт Г. Л., Шейн Е. Х., Щербіна С. В. тощо. У своїх працях означені дослідники актуалізували увагу на сутності феномену корпоративної культури, обґрунтовували доцільність її формування в різних галузях професійної діяльності та наголошували на ефективності застосування такого методу мотивації співробітників. Окремі психолого-педагогічні аспекти культури викладача вищої школи відображені у працях учених-педагогів Сухомлинського В. О., Гриньової В. М., Бондар Л. С., Курлянд З. Н. та ін.

Мета та завдання.

Метою є аналіз сутності корпоративної культури в системі вищої освіти, а саме: визначення термінології в галузі корпоративної культури; характеристику базових складових корпоративної культури освітньої сфери: актуалізацію уваги на цілісному взаємозв'язку ціннісних засад корпоративної культури з базовими чинниками педагогічної культури викладача вищої школи.

Історія культури постає як сукупність культурних цінностей, творчої діяльності та соціальної комунікації, де ефективна творча діяльність індивіда на шляху створення культурних цінностей неможлива без створення максимально наближеного до безбар'єрного соціально-комунікативного процесу. Існування індивіда у суспільстві, становлення його як особистості можливе лише за умови його активної соціалізації, вагому роль в якій відіграє процес навчання як передачі та засвоєння соціального досвіду, тому поняття культура — моральність та педагогічний процес є, безумовно, тісно взаємопов'язаними. У процесі становлення соціальної культури основною проблемою численних філософських етичних доктрин стало питання пошуку найбільш ефективних способів соціалізації індивідів у людському суспільстві, що ґрунтувалися б на засадах відповідної суспільної моралі.

Вирішення різноманітних проблем, що виникають в процесі життєдіяльності людських спільнот, актуалізують увагу стосовно певної конкретизації загальнолюдських моральних норм і принципів, які застосовуються до конкретних ситуацій, конкретних людей з урахуванням їхніх особливостей та специфіки їхньої життєдіяльності. На проблему взаємозв'язку моральних вимог та суспільної праці звертали увагу ще мислителі античності (зокрема, Аристотель), водночас, нове переосмислення проблеми моральності професійної діяльності постало з поширенням у західноєвропейському суспільстві протестантської етики та утвердженням капіталістичних відносин (А. Сміт, О. Конт, Е. Дюркгейм, М. Вебер).

Хоча осмислення проблеми корпоративної культури як культури професійної діяльності має тривалу історію, можемо стверджувати, що до наукового обігу означене поняття ввійшло завдяки німецькому генерал-фельдмаршалу Хельмуту Карлу Бернхарду фон Мольтке, автора декількох праць із військової стратегії та військової історії, а також який вперше використав термін «корпоративна культура», яким визначав відносини в офіцерському середовищі. Різні спільноти, професійні та соціальні, що існували на той час, повинні були мати як зовнішні ознаки, атрибути (колір та крій одягу, аксесуари), так і поведінкові ознаки «спільності». У військовому середовищі це були суди честі, статuti, дуелі: шрам був обов'язковим атрибутом «корпоративної належності» [5]. У 40-х роках ХІХ ст. фон Мольтке на запрошення Махмуда ІІ залишився у Туреччині в ролі військового інструктора, радника та реформатора.

Початок теоретичному обґрунтуванню корпоративної культури покладено наприкінці ХІХ ст., коли вивченням впливу людських взаємин усередині корпорації почали займатись представники так званої Школи людських відносин менеджменту [14].

Багато вчених, які досліджували явище корпоративної культури, описуючи ті чи інші його аспекти, не використовували цей термін, хоча про «корпоративний дух» ще на початку ХХ ст. згадував засновник школи менеджменту Анрі Файоль у своїй праці «Загальне та промислове управління» (1916).

Промисловий розвиток другої половини ХХ ст. актуалізує наукову увагу до осмислення проблеми корпоративної культури, коли з'являються перші визначення культури організації, де поняття «корпоративна культура» охоплює матеріальне життя колективу, домінуючі в ньому моральні норми, кодекс поведінки, духовні цінності.

Наприкінці 1960-х років у США виходять друком праці Д. Хемптона, Х. Трансу, в яких приділяється увага різноманітним традиціям, обрядам і ритуалам, прийнятим в організаціях. Думку про те, що організації мають свої «культури», висловлювали декілька дослідників, наприклад, П. Тернер (1971), С. Ганді (1978), А. Петтігро (1979). Більшість вчених схильні вважати, що основи теорії корпоративної культури були закладені в 1973 р. К. Гіртцем в книзі «The Interpretation of Cultures». У 70–80-і роки активно розпочато роботу з вивчення корпоративної культури. У 1980-ті роки в журналах «European Management Journal», «Academy of Management Review», «International Studies of Management and Organization» публікуються статті з означеної проблематики, засновані на практичних спостереженнях та рекомендаціях топ-менеджерів К. Мацусіта та А. Моріти [1].

Сучасний період активного розвитку економіки більшості провідних країн світу актуалізує увагу на переосмисленні проблеми корпоративної культури, особливостях її реалізації у різних галузях суспільної діяльності. Тому визначення понятійного апарату, його конкретизація відповідно до сфери застосування стають об'єктом значного кола наукових досліджень. Зокрема, російський науковець А. М. Сілін визначає корпоративну культуру як усвідомлені та неусвідомлені уявлення, що поділяються більшістю співробітників організації та її менеджментом на групові норми поведінки, традиції, заборони, очікування. Корпоративна культура, відповідно до позиції дослідника, виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях і віруваннях; вона регламентує поведінку персоналу і дає можливість прогнозувати реакції працівників у різних критичних ситуаціях. Члени кор-

поративної структури пов'язані загальним поглядом на сутність організації в аспекті її економічної та соціальної ролі, її місцем у конкурентному середовищі, ставленням персоналу акціонерів, зобов'язаннями перед соціумом, клієнтами та владними структурами. Корпорації, виробляючи матеріальні блага і послуги, водночас створюють культуру — цінності, символи, обряди, формують специфічний культурний простір, що допомагає її адаптації до соціуму [11].

Посилаючись на дослідження А. М. Сіліна та Є. М. Короткова щодо сучасних наукових підходів в означеній галузі, можна виділити такі визначення поняття «корпоративна культура» [11]:

Д. Елдрідж і А. Кромбі вважають, що культура організації — це унікальна сукупність норм, цінностей та переконань, які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення встановлених перед нею завдань.

К. Голд вважає, що корпоративна культура — це унікальні характеристики сприйнятих особливостей організації, того, що вирізняє її серед інших у галузі.

Г. Морган визначає культуру в метафізичному розумінні як один із способів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших засобів передачі основних цінностей, переконань, ідеологій, що спрямовують діяльність підприємств.

М. Мескон трактує культуру як мікроклімат в організації, адже вона відображає звичаї, що притаманні організації.

Є. Уткін характеризує корпоративну культуру як систему цінностей та переконань, що поділяються усіма працівниками фірми і зумовлюють їхню поведінку, характер життєдіяльності організації [3].

Визначення корпоративної культури пропонують О. С. Віханський і О. І. Наумов [1]: набір найважливіших, спрямованих на членів колективу припущень, що набувають вираження у цінностях, декларованих організацією, та задають людям орієнтири їхньої поведінки та дій.

Наступна загальна категорія визначення корпоративної культури — система цінностей чи ціннісних орієнтацій індивіда, що дають можливість людині визначитися з моральними аспектами її поведінки, зрозуміти, як вона має діяти в конкретній ситуації. В означеному аспекті варто звернути увагу на наукові пошуки вітчизняних дослідників. Маємо констатувати, що комплексні дослідження, присвячені впливу корпоративної культури на життєдіяльність підприємств, проводяться вкрай рідко, тому в роботі можемо спиратися лише на певні вибіркові дослідження. Так, у статті Л. Савчука «Розвиток корпоративної культури» на основі аналізу роботи українських соціологів робиться висновок про те, що:

- 55% сучасних українських керівників вважають, що в ідеалі корпоративна культура має бути на підприємстві;

- 40% вітчизняних підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій;

- 35 % визнають потребу в корпоративній культурі, але для цього в них не вистачає ані часу, ані ресурсів;

- 25% взагалі вважають корпоративну культуру непотрібною.

Зважаючи на отримані результати, потрібно обов'язково зазначити особливості національного менталітету та його вплив на середовище й економічну культуру українців. Як зазначає А. Скуратівський, велике значення в цьому контексті має національний характер. Будучи важливою складовою будь-якої національної культури, зокрема корпоративної, він є не стільки сукупністю психологічних явищ, скільки буттям, формою народної самосвідомості. Соціально-економічний розвиток суспільства також зазнає його впливу, оскільки він залежить від стану соціуму, держави, можливостей людини реалізувати свої права [10].

О. Д. Рихліцька виокремлює, згідно з науковими дослідженнями вітчизняних та зарубіжних дослідників проблем корпоративної культури, таких як Ф. Котлер, Й. Кунде, Є. Шейн, Д. Елдрідж, Д. Кромбі, В. Співак, Ю. Палеха, Л. Савчук, Г. Щокін, Л. Довгань, О. Панькова, Р. Решетило та ін.

Норми та цінності корпоративної культури можуть вміщувати в собі:

- призначення організації (рівень технологій, вищу якість, лідерство у сфері виробництва, вірність духу професії);
- владу (повноваження, притаманні посаді, повага);
- повагу до людей (турботу про людей та їхні потреби, безпристрасне ставлення та фаворитизм, визнання індивідуальних прав, справедливість, мотивація);
- критерії відбору претендентів на керівні посади (ефективність праці, пріоритети за внутрішніми якостями, вплив неформальних відносин та груп);
- організацію роботи та дисципліну (добровільну, примусову, пластичність зміни ролей);
- стилі керівництва та управління (стилі авторитарний або консультативний, власний приклад, використання цільових груп);
- процес прийняття рішення (індивідуальне та колективне рішення, необхідність згоди та компроміс);
- контакти (перевагу особистим або письмовим контактам, жорсткість та пластичність службового спілкування; можливість контакту з керівництвом, збори);
- характер соціалізації (спілкування під час та після роботи, існування бар'єрів, особливі умови спілкування);
- шляхи вирішення конфліктів (бажання уникнути конфлікту — компроміс, офіційні та неофіційні шляхи, керівництво у вирішенні конфліктних ситуацій);
- оцінку ефективності роботи (реальну та формальну, відкрити та закрити) [4].

Отже, корпоративна культура є складовою культури загальної та, врешті-решт, національної самосвідомості. У свою чергу, національна свідомість — це комплексне поняття культури духовної особистості, формування якої, як основне завдання, стоїть перед вищими навчальними закладами. Державна національна програма «Освіта. Україна XXI століття», починаючи з 1993 р. ставила перед освітянами низку проблем, вирішити які, на жаль, не вдалося і через 20 років. У постанові Кабінету Міністрів України від 3.11.1993 р. йдеться про те, що освіта стала власною справою

українського народу, і реформування та розбудова освітньої системи мають стати основою відтворення інтелектуального, духовного потенціалу народу. Україна має стати нацією, яка постійно навчається, виходячи з темпів зростання ролі особистості, інтелектуалізації праці, постійної зміни технологій виробництва та інформатизації суспільства. Одним із шляхів реформування освіти є «підготовка нової генерації педагогічних кадрів, підвищення їхнього професійного та загальнокультурного рівня» [10].

Останнім часом у діяльність навчально-виховних закладів національної системи освіти ввійшло багато нових термінів та понять, і, як зазначає З. Н. Курлянд, серед них часто вживаними стають поняття «менеджер» і «менеджмент», притаманні насамперед тезаурусу економічної науки. Як наслідок, закономірно виникають питання: чи пов'язані ці поняття якимось чином із професійною діяльністю педагогічних працівників вищої школи і, якщо так, то яке відношення вони мають до сфери вищої професійної освіти. Аналіз новітніх літературних джерел свідчить, що менеджмент в освіті (педагогічний менеджмент) — це комплекс принципів, методів, організаційних форм і технологічних прийомів управління навчально-виховним та навчально-пізнавальним процесами, спрямованими на підвищення ефективності таких процесів в умовах розвитку ринку освітніх послуг. Оскільки в реальному функціонуванні закладів освіти є ці два специфічних процеси, то менеджерів освіти диференціюють саме у такий спосіб. Менеджер навчально-виховного процесу — це керівник вищого навчального закладу освіти (ректор) чи його заступник (проректори з навчальної, наукової, виховної та господарської роботи; декани факультетів; завідувачі кафедр), який спеціально підготовлений до успішного керування людьми в ринкових умовах господарювання і виступає як суб'єкт управління цілісною педагогічною системою — професійною діяльністю педагогічних працівників і допоміжного персоналу. Менеджер навчально-пізнавального процесу — викладач, доцент, професор, тобто професійно підготовлений фахівець, який є керівником та органі-

заторможені життя молодого покоління майбутніх спеціалістів у нових — ринкових соціально-економічних умовах, і постає як суб'єкт системи управління навчально-пізнавальною діяльністю студентів. Очевидно, що за нових умов ринкової економіки оволодіння основами менеджменту в освіті допоможе кожному з педагогічних працівників більш успішно вирішувати власні професійні проблеми, ефективно здійснювати функції самоменеджменту в сфері педагогічної діяльності (управління собою), формулювати чіткі особистісні цілі, раціонально використовувати час, кваліфіковано переробляти і використовувати інформацію. Кардинальна зміна суспільних відносин, коли кожен із працівників системи вищої професійної освіти зазнає стресів та стикається з невизначеністю, коли розмивання традиційних цінностей призвели до серйозного розладу власних переконань та моральних орієнтирів, постає необхідність вибудовувати свої власні цінності, визначати чіткі життєві й виробничі цілі. Це зумовлено тим, що традиційні ієрархічні професійно-педагогічні відносини порушені, авторитарний стиль не спрацьовує, а продуктивна праця потребує нових способів впливу на студентів, не вдаючись до наказів, тиску, «влади професії», перед викладачами виникла величезна кількість моральних, етичних, матеріальних та інших проблем, які потрібно вміти вирішувати. Усе це сприяло посиленню інтересу педагогічних працівників до сучасного менеджменту в освіті. На відміну від традиційно вживаного у вітчизняній психолого-педагогічній літературі поняття «керування», термін «менеджмент» більш адекватно враховує нові реалії педагогічної діяльності, зумовлені дією нових засобів та інноваційних технологій навчання. Тому ознайомлення з теорією педагогічного менеджменту і самоменеджменту допоможе викладачу вищої школи повному осмислити сутність своєї професійної ролі саме як фахівця нового типу — менеджера навчально-пізнавального процесу, тобто організатора та диспетчера навчально-пошукової, експериментально-дослідної та навчально-професійної діяльності студентів як майбутніх фахівців, побачити в ній нові аспекти, зро-

зуміти, як зробити власну працю більш відповідною потребам сучасності [8]. Реалізація системи менеджменту в освіті можлива лише за наявності цілісної системи корпоративної культури у вищому навчальному закладі, осмислення моральних чинників якої, в свою чергу, неможливе без її взаємодії з педагогічною культурою.

Основою педагогічної культури є гармонія культури творчих знань, творчої дії, спілкування і почуттів. Термін «педагогічна культура» поєднує в собі такі важливі компоненти, як ерудиція, духовне багатство, тактовність, гуманізм, досконале володіння педагогічною технікою, позитивний імідж, естетична привабливість тощо.

Педагогічна культура викладача ВНЗ є джерелом вияву його наукової і загальної ерудиції, педагогічної майстерності, культури мовлення та спілкування, духовного багатства, проявом його творчої індивідуальності як віддзеркалення результату постійного самовдосконалення та саморозвитку. На наш погляд, педагогічна культура є гармонією культури творчих знань, творчої дії, почуттів і спілкування.

У формуванні особистості майбутнього фахівця, його світогляду, професійних якостей провідну роль відіграє викладач вищого навчального закладу. Згідно з Національною доктриною освіти, система «викладач – студент», що діє у вищих навчальних закладах, спрямована на формування особистості висококваліфікованого спеціаліста, громадянина, патріота. Дослідження багатьох педагогів і психологів (Н. Ф. Левітов, О. М. Матюшкін, Б. М. Теплов, В. П. Давидов, В. Н. Струманський та ін.) підкреслюють зв'язок процесу формування особистості з тим впливом, який справляє викладач на розум і почуття вихованців. Викладач вищої школи має бути як висококваліфікованим ученим, фахівцем, науковцем, так і вихователем.

Велика заслуга в розробленні педагогічної культури освітянина належить видатному педагогові В. О. Сухомлинському: «Педагогічна культура — це жива, творча педагогіка повсякденної творчої праці, та педагогіка, в якій теоретичні закономірності

процесу впливу на духовний світ вихованця ніби зливаються з особистістю вчителя. Педагогічна культура — це, образно кажучи, техніка і технологія взаємодії майстра і об'єкта його праці. Багатогранність, різноманітність, відточеність, зразковий стан інструментів нашої творчості, уміння володіти ними так само тонко, як прекрасний музикант володіє скрипкою, — все це і є педагогічною культурою».

У книзі «Педагогічна культура вчителя» В. О. Сухомлинський обґрунтовує складові цієї культури, зокрема, виділяє риси, без яких не може відбутися педагог. Це:

- глибока віра в можливість успішного виховання дітей;
- гармонія серця і розуму;
- чуйність, сердечна турбота про людину;
- розуміння світу дитинства;
- вміння «пізнавати серцем», «проникати в душу дитини»,

«володіти собою, тримати себе в руках», «стримувати збудження й роздратування», «володіти ситуаціями», «створювати життєрадісні мелодії в музиці дитинства».

Вагомими чинниками ефективності праці педагога, за словами В. О. Сухомлинського, є професійно-педагогічна спрямованість, теоретична підготовленість, загальна культура, усвідомлення важливості самоосвіти й систематичність, логічна послідовність, науковість у її здійсненні. Надзвичайно важливе значення в професійному становленні вчителя мають його ідейно-політичні й моральні якості, любов до дітей, терпимість і наполегливість, вимогливість і педагогічний такт [8].

Отже, у формуванні базових засад корпоративної культури в освітній сфері основна увага має зосереджуватися на її моральних чинниках, а етичний кодекс викладача має диктувати представникам керівного менеджменту вищого навчального закладу формування своєрідного діалогу щодо цінностей, норм взаємодії між співробітниками і організацією, принципів справедливості, поваги до гідності людської особистості як основних умов формування внутрішньої корпоративної ідентичності.

The paper presents the analysis of the concept of corporate culture at various times and for different scientists. Particular attention is focused on the definition for a system of higher education.

The current period of active development of economy of most leading countries actualizes attention to rethinking the problem of corporate culture, especially its implementation in various fields of social activity.

Analysis of the latest literature suggests that management in education (educational management) — a set of principles, methods, organizational forms and process management techniques of educational and teaching and learning processes aimed at improving the efficiency of such processes in the development of the educational market has been given below.

Teaching culture teacher of high school is a source of expression of its scientific and general erudition, pedagogical skills, culture of speech and communication, intellectual wealth, a manifestation of his artistic personality as a result of constant self-reflection and self-development.

In the studies it has been indicated that the formation of basic principles of corporate culture in education major concern for the moral factors, and code of ethics teacher should dictate senior management representatives of higher education forming a kind of dialogue about values, norms of interaction between employees and the organization, the principles of justice, respect for human dignity as the basic conditions for the formation of internal corporate identity.

Key words: corporate culture, organizational culture, professional culture, educational management, educational culture.

Список літератури

1. *Виханский О. С.* Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — М.: МГУ, 1995. — 670 с.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М.: Дело, 1993. — 736 с.
3. *Коротков З. М.* Организационное поведение / З. М. Коротков, А. Н. Сирина. — Тюмень: Вектор Бук, 1998. — 308 с.
4. *Ломачинська І. М.* Основы корпоративної культури: Навч. посіб. / І. М. Ломачинська, О. Д. Рихліцька, Н. В. Барна. — К.: Відкритий міжнар. ун-т розвитку людини «Україна», 2011. — 280 с.

5. *Мескон М. Х.* Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М., 1992. — 704 с.
6. *Мольтке Г.* Военные поучения фельдмаршала графа Мольтке; пер. с нем. — Военная Типография Императрицы Екатерины Великой, 1913. — С. 14.
7. *Питерс И.* В поисках эффективности управления / И. Питерс, Р. Уотермен. — М.: Прогресс, 1986. — 360 с.
8. Педагогіка вищої школи: Навч. посіб. / З. Н. Курлянд, Р. І. Хмелюк, А. В. Семенова та ін.; За ред. З. Н. Курлянд. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2005 — 399 с.
9. *Рюттингер Р.* Культура предпринимательства / Р. Рюттингер. — М.: ЭКОМ, 1992. — С. 42.
10. *Скуратівський А.* Правова культура у контексті особливостей розвитку соціального буття українського суспільства та національного характеру українців / А. Скуратівський // Вісник УАДУ при Президентіві України. — 2002. — № 1. — С. 255–261.
11. *Силин А. Н.* Социальный менеджмент в концептуальных подходах и основных терминах: Учеб. пособие. — Тюмень: Издательство ТюмГНГУ, 2006. — С. 55–56.
12. *Спивак В.* Корпоративная культура. — СПб.: Питер, 2001. — С. 14–20.
13. *Томас Г.* Этика бизнеса / Г. М. Томас, Р. Дж. Клонскі. — К.: Основи, 1997. — 48 с.
14. *Файоль А.* Общее и промышленное управление. — М., 1992. — 340 с.
15. *Шершньова З. Е.* Стратегічне управління / З. Е. Шершньова, С. В. Оборська. — К.: КНЕУ, 1999. — 409 с.

Отримано 11.11.2013 р.